

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ВНЗ М. СУМИ ЕЛЕМЕНТІВ БРЕНДИНГУ

За даними Інституту статистики ЮНЕСКО сьогодні на українському ринку освітніх послуг спостерігається тенденція збільшення кількості населення, що бажає отримати вищу освіту. В той же час зменшується загальна кількість випускників шкіл, що є наслідком зниження народжуваності населення в останні десятиліття.

У новому 2011-2012 навчальному році планується скорочення кількості бюджетних місць на 42%. Це пов'язано зі зниженням кількості одинадятикласників на 42% (з 338 000 осіб до 196 000 осіб) у порівнянні з минулим роком. Така ситуація є наслідком зниження народжуваності населення в останні десятиліття. У той же час за останні 10 років кількість інститутів та університетів в Україні зросла на 125% з 280 у 1999/2000 навчальному році до 351 у 2009/2010. Попит на вищу освіту й дедалі зростає. Це зумовлено жорсткою конкуренцією на ринку праці, змінами у соціально-економічному середовищі суспільства.

Ці та інші проблеми ринку освітніх послуг загострюють конкуренцію серед вищих навчальних закладів України взагалі та м. Суми зокрема. Кожен з них прагне створити нову ефективну стратегію розвитку. Для цього університети та інші вищі навчальні заклади III-IV рівнів акредитації (ВНЗ) повинні підвищувати свою конкурентоспроможність та посилювати імідж, одним із методів досягнення яких є впровадження брендингу в практику їх діяльності.

Основні характеристики бренду ВНЗ ми пов'язуємо з функціональними та емоційними асоціаціями абітурієнтів в процесі вибору навчального закладу. Бренд ВНЗ включає: змістовну характеристику бренду, функціональні та емоційні асоціації абітурієнтів, словесний товарний знак, візуальний образ закладу в сприйнятті абітурієнта, популярність ВНЗ, індивідуальність і цінність бренду ВНЗ, ступінь його присутності в цільовій аудиторії абітурієнтів. Формування успішного бренду і ефективного управління ним вирішує ряд поставлених перед університетом завдань: бренд сприяє створенню природних бар'єрів для конкурентів; існування бренду дозволяє освоювати нові ніші ринку і полегшує виведення на ринок нових послуг (інтелектуальних продуктів) і т.п.

Ринок освітніх послуг м. Суми представлений чотирма потужними ВНЗ, кожен з яких має певну специфіку: Сумський національний аграрний університет, Сумський державний педагогічний університет, Сумський державний університет, Українська академія банківської справи. В сучасних умовах розвитку ринку освіти між ними загострюється конкуренція. Оскільки брендинг є одним з вагомих факторів впливу на імідж та, як наслідок, конкурентоспроможності ВНЗ, - було проведено дослідження, метою якого є оцінка ефективності використання брендингу сумськими університетами. Воно проводилося у вигляді опитування випускників 11-х класів загальноосвітніх шкіл м. Суми.

Відповідно до результатів досліджень, близько половини абітурієнтів виявили свої наміри, щодо вступу до СумДУ. Результати дослідження свідчать про те, що даний ВНЗ є престижним. Його логотип є найбільш упізнаваним та має найбільшу прихильність респондентів. Це свідчить, насамперед, про вдалу маркетингову політику університету. Близько 2/3 опитуваних визнали СумДУ брендом. У ході обробки результатів даного дослідження було встановлено необхідність впровадження бренд-менеджменту у діяльності ВНЗ. Проведено аналіз навчальних закладів міста Суми, виявлено їх слабкі та сильні сторони.

Було визначено, що на сьогоднішній день систематичне застосування брендингу вищими навчальними закладами м. Суми не проводиться. Можна прослідкувати лише окремі його елементи, однак для формування потужного бренду необхідно створити у ВНЗ відділ маркетингу, який би займався питанням просування університету.

Так, сьогодні при прийнятті управлінських рішень СумДУ користується комплексом маркетингових комунікацій, у т.ч. брендингом. Але для подальшого просування університету, як бренду, керівництву СумДУ необхідно більш чітко сформулювати свої маркетингові цілі та методи їх досягнення, що допоможе СумДУ вийти на новий якісний рівень та покращити його позиції на регіональному і національному ринках освітніх послуг.